

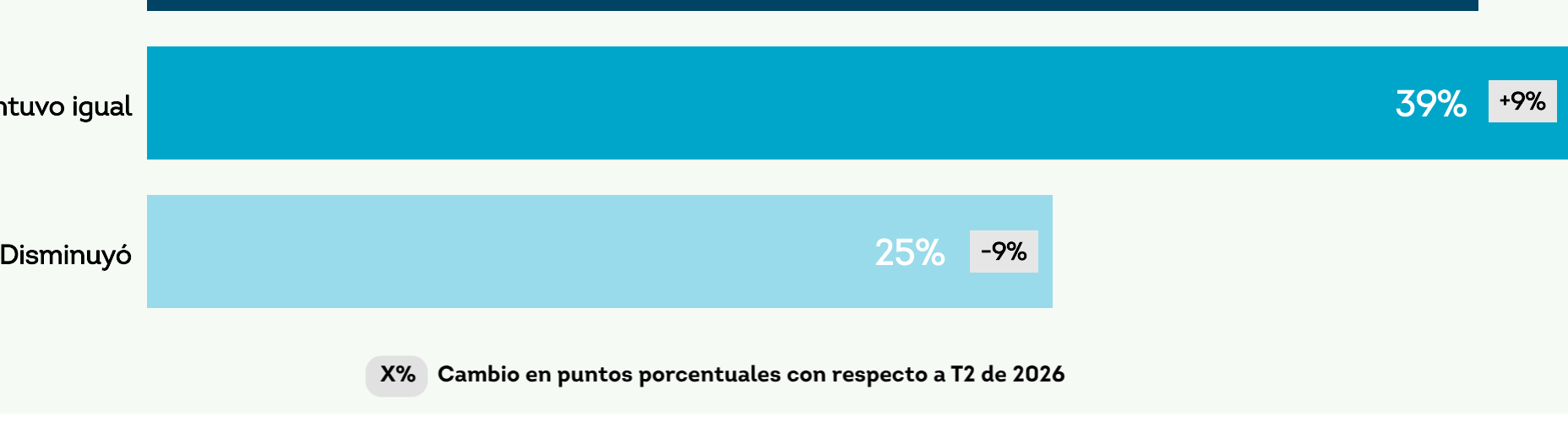
# INFOGRAFÍA CONSUMER PULSE

La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios esperan en el futuro. El estudio mide los cambios en las perspectivas y comportamientos de los consumidores en función de la dinámica de los ingresos, las deudas y el robo de identidad. Los análisis y las perspectivas proporcionan una voz a los consumidores y orientan la toma de decisiones de las entidades mientras buscan crear oportunidades económicas para los consumidores.

## SALUD FINANCIERA

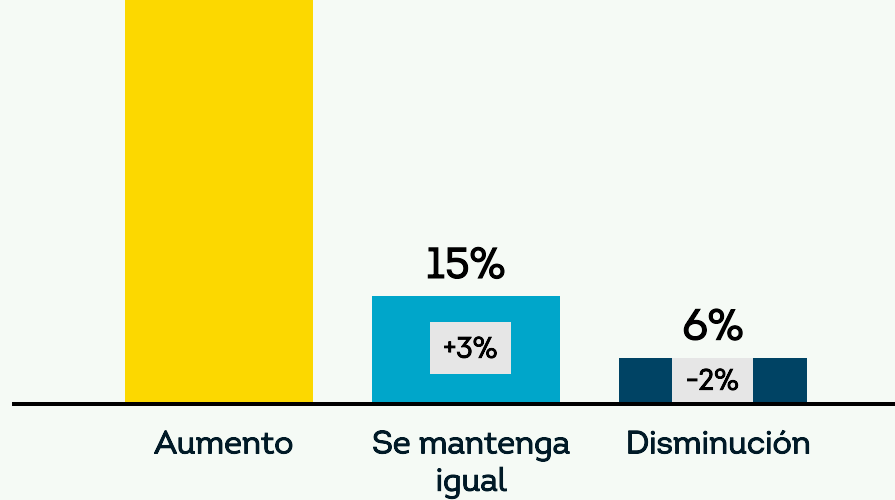
### Impacto en el ingreso de los hogares, gastos y pago de obligaciones

#### Variación de los ingresos del hogar en los últimos 3 meses



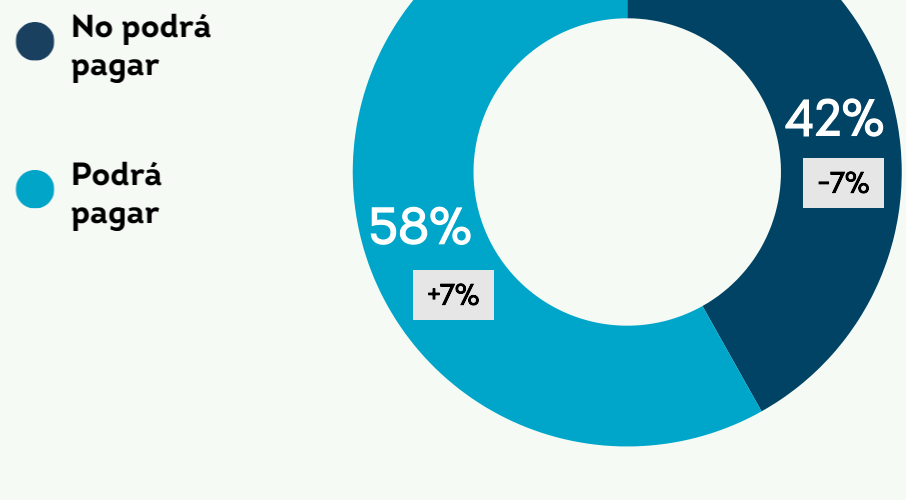
X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Variación esperada de los ingresos del hogar en los próximos 12 meses



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

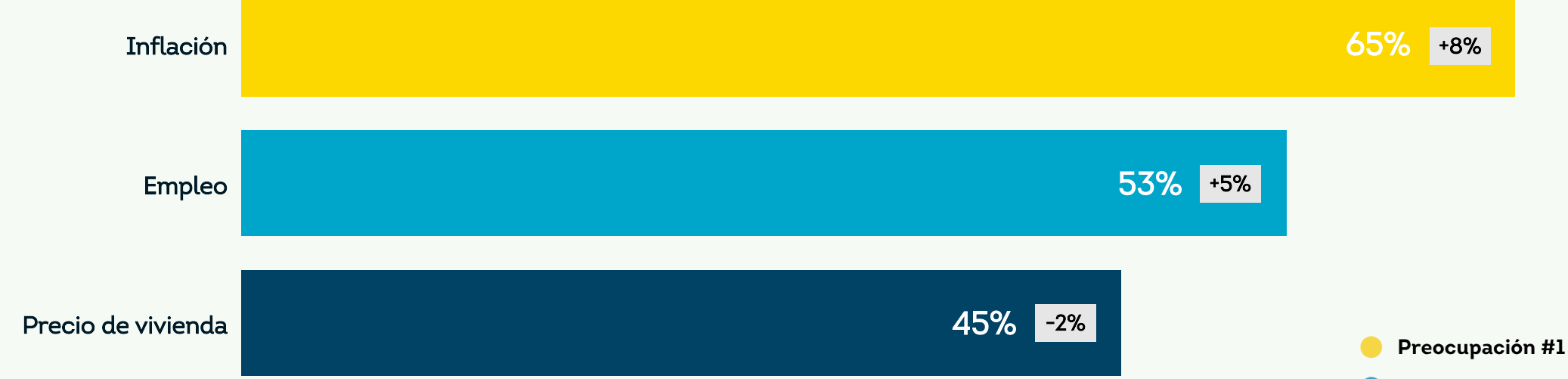
#### Porcentaje de consumidores que esperan no poder pagar al menos una de sus obligaciones actuales en su totalidad



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

### Principales preocupaciones de los hogares

#### Las principales preocupaciones citadas para los próximos seis meses y los porcentajes correspondientes



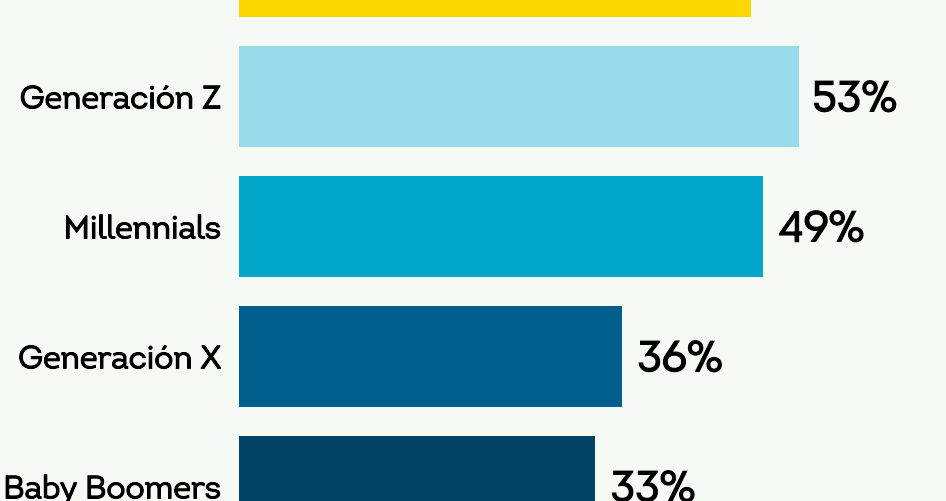
● Preocupación #1  
● Preocupación #2  
● Preocupación #3

X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

## INCLUSIÓN FINANCIERA

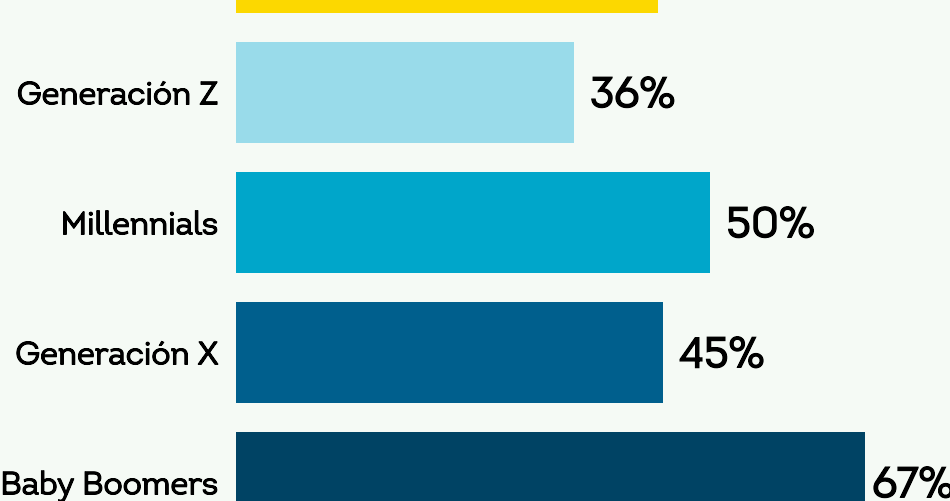
### Actitudes y planes de participación económica

#### Entre quienes tienen previsto solicitar un nuevo crédito o refinanciar uno existente durante el próximo año



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Creer tener acceso suficiente a productos de crédito



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

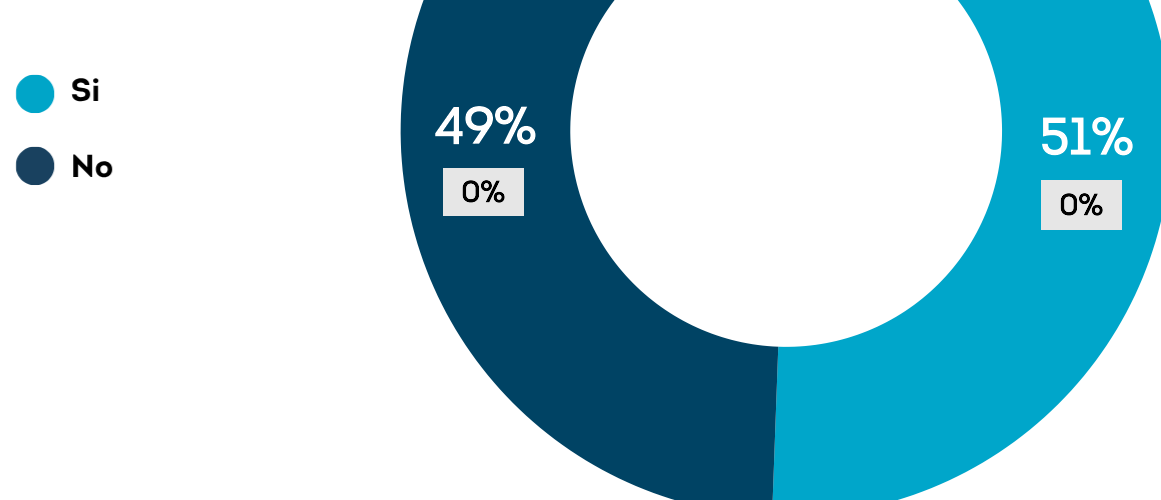
#### Tipo de nueva actividad de crédito prevista para los próximos 12 meses

(entre los que tienen previsto un nuevo crédito o refinanciar uno existente)



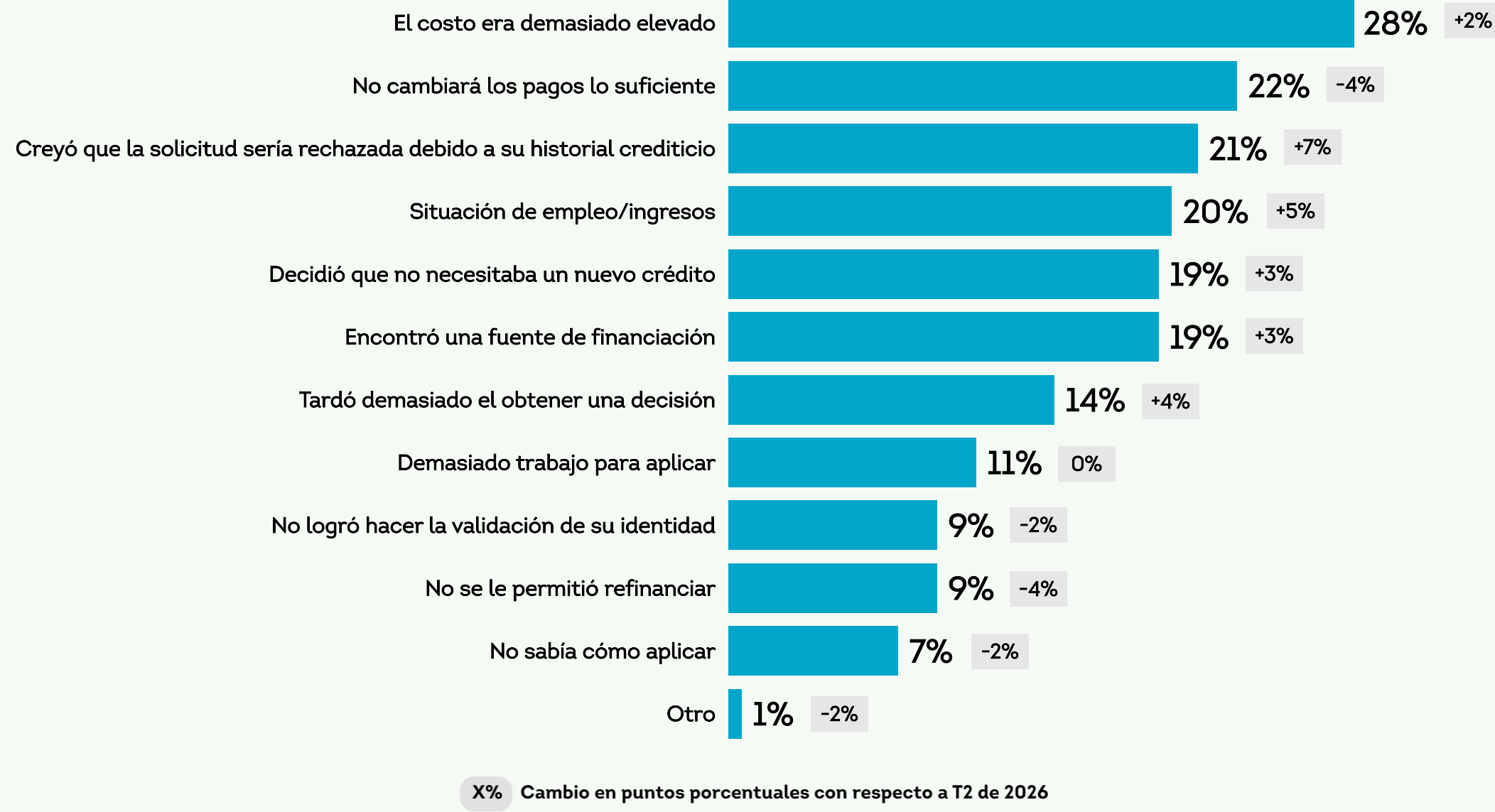
X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Abandonó el plan de solicitar un nuevo crédito o de refinanciar



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Motivos del abandono de la solicitud de un nuevo crédito o de una refinanciación

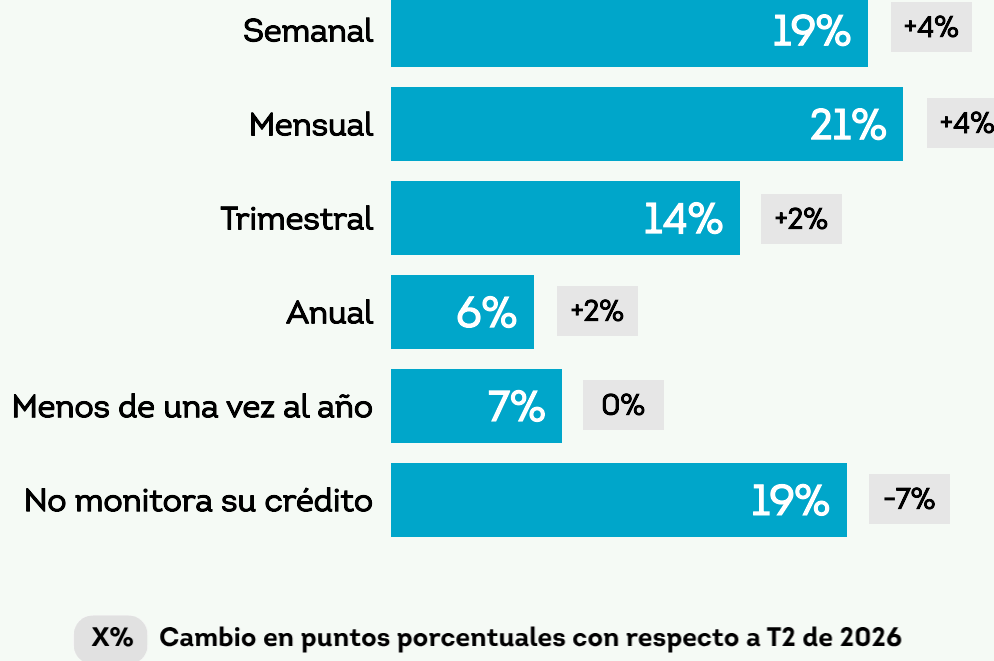


X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

## EMPODERAMIENTO DEL CONSUMIDOR

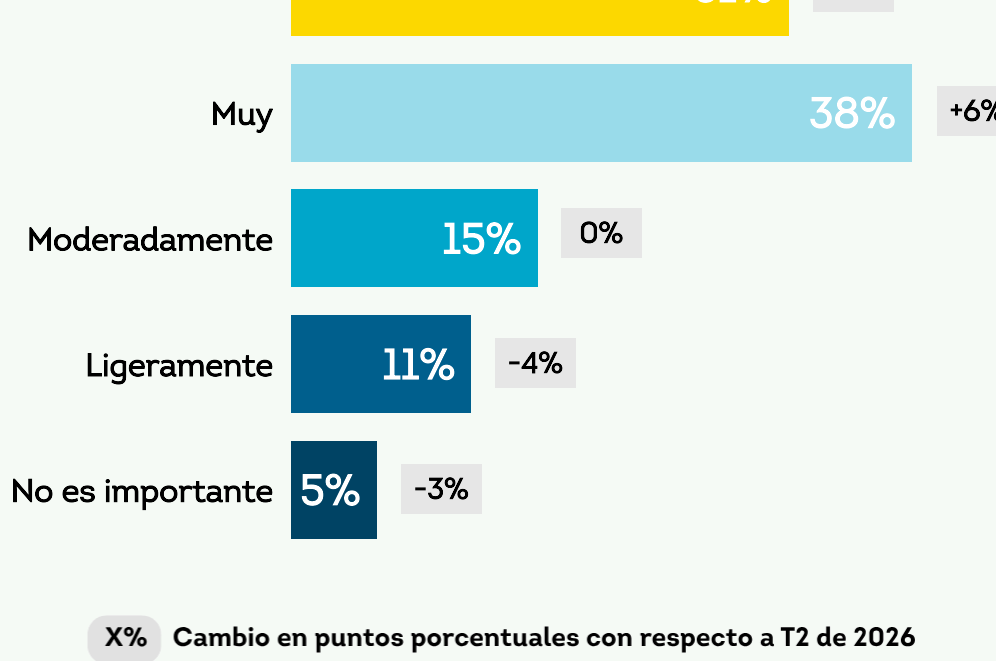
### Actitudes y comportamientos para manejar las decisiones financieras

#### Frecuencia del monitoreo del crédito



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Creer que el monitoreo de crédito es importante

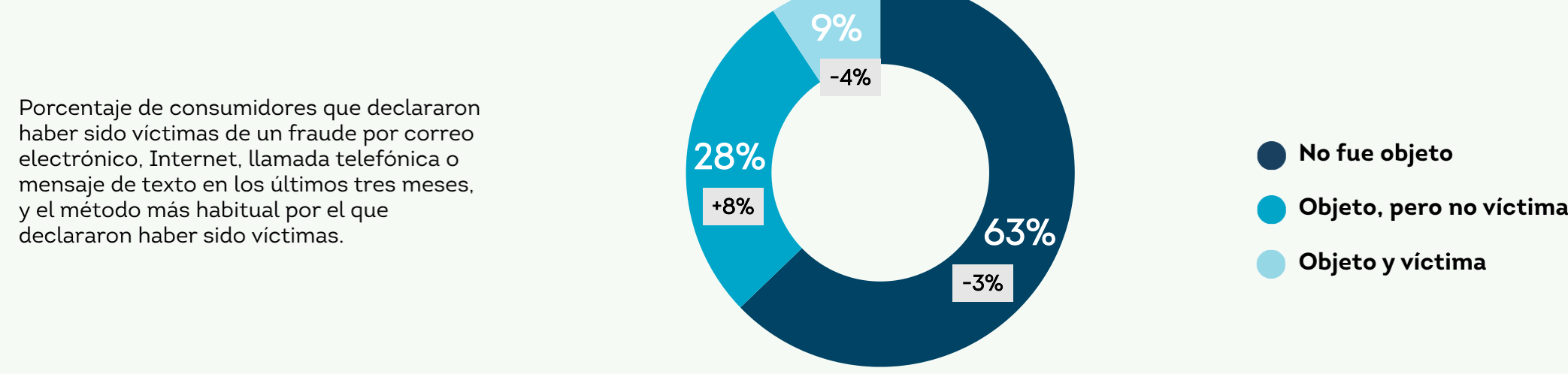


X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

## PROTECCIÓN DE IDENTIDAD

### Riesgos y usos de la identidad

#### Consumidores que fueron objeto de fraude



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Los esquemas de fraude más frecuentes contra los consumidores

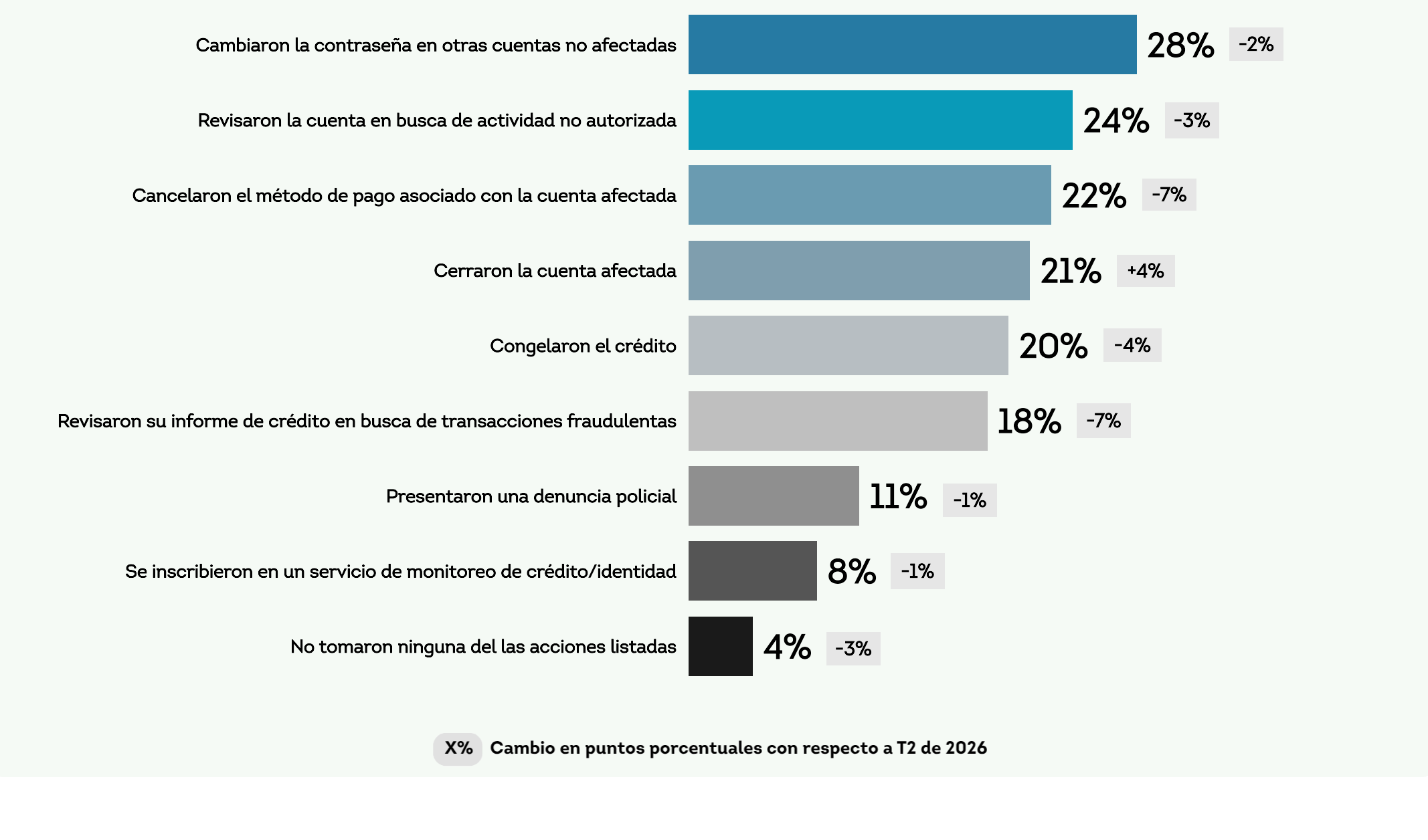
(entre aquellos consumidores objeto de fraude en línea, correo electrónico, llamadas telefónicas o mensajes de texto en los últimos tres meses)



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

#### Acciones más frecuentes adoptadas por las víctimas de filtraciones de datos

(entre los consumidores notificados en los últimos tres meses de que los detalles de su identidad y/o cuentas en línea fueron robados)



X% Cambio en puntos porcentuales con respecto a T2 de 2026

La Encuesta Consumer Pulse de TransUnion, realizada a 344 consumidores en República Dominicana fue llevada a cabo del 17 al 27 de julio de 2026 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación de terceros, Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en República Dominicana fueron encuestados utilizando un método de panel de investigación en línea a través de una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se formularon en español.

Para garantizar la representatividad de la muestra, la población general en todos los aspectos demográficos de los residentes, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas con las dimensiones de las estadísticas censales de edad, sexo, ingresos familiares y región. Las generaciones se definen en esta investigación de la siguiente manera: Gen Z, de 18 a 29 años; Millennials, de 30 a 45 años; Gen X, de 46 a 60 años; y Baby Boomers, de 61 años en adelante.